

## In primo piano



### Cayenne è il nuovo partner di Candy Group per l'advertising

L'agenzia, a cui recentemente è stato assegnato anche l'incarico pubblicitario di Porsche, si occuperà della comunicazione dei brand Candy e Hoover

- Campagne**  
PepsiCo lancia "The Unbelievable Channel" su YouTube
- Campagne**  
Samsung: online il primo teaser del nuovo Galaxy S5
- Campagne**  
Il Gioco del Lotto porta a Roma le grandi opere del Musée d'Orsay. JwT firma l'adv
- Agenzie**  
Kimon Zorbas lascia IAB Europe e fonda il Digital

## BE-WIZARDI®

realtime webmarketing

### IL DIGITALE QUI E ORA!

21-22 MARZO 2014  
PALACONGRESSI DI RIMINI

## Interviste



## > Agenzie

# Cayenne è il nuovo partner di Candy Group per l'advertising

di **Alessandra La Rosa** 21 febbraio 2014

[Condivi](#) [Tweet](#) [Share](#) [g+](#) [Share](#)



*L'agenzia, a cui recentemente è stato assegnato anche l'incarico pubblicitario di Porsche, si occuperà della comunicazione dei brand Candy e Hoover*

**Candy Group**, uno dei leader europei nel settore dei grandi e piccoli elettrodomestici, è stata scelta da **Cayenne** come nuovo partner di comunicazione. In particolare l'agenzia si occuperà della comunicazione dei brand **Candy** e **Hoover**.

Candy è un marchio internazionale consolidato nella fascia centrale del mercato dei grandi elettrodomestici da accosto e da incasso. I suoi prodotti, pensati e realizzati a misura di tutte le esigenze dei consumatori, integrano le tecnologie più avanzate con un design funzionale, prestazioni d'eccellenza e facilità di utilizzo.

Hoover, marchio internazionale con una tradizione ultracentenaria, offre una gamma completa di piccoli e grandi elettrodomestici che si distinguono per il livello elevato di innovazione, tecnologia e design. Si rivolge a consumatori esigenti, offrendo già oggi lo standard di domani.

Per l'agenzia pubblicitaria, si tratta di una importante acquisizione, che arriva in **un momento particolarmente attivo sul fronte del new business**: «Dopo Porsche, anche Candy e Hoover hanno scelto di lavorare con Cayenne. Per noi è un'ulteriore conferma che il nostro modello, basato su indipendenza (di fatto e di pensiero), multidisciplinarietà e centralità dell'idea, è molto apprezzato dai clienti», commenta **Lapo Brogi, direttore generale di Cayenne**.

«Abbiamo deciso di sviluppare la campagna di Candy partendo dall'analisi dei consumatori odierni – aggiunge **Stefano Tumiatti, direttore creativo esecutivo di Cayenne** -. Le persone sono sempre più esigenti, sono alla ricerca di elettrodomestici con prestazioni tecnologicamente avanzate e di prodotti facili, intuitivi, veloci e creati per semplificare la vita. Da qui è partita la nostra idea che ci porterà ad occuparci di tutti gli aspetti della comunicazione del brand, ad esclusione del media».

«La necessità di trovare un valido partner per la comunicazione dei nostri brand è nata dalla volontà di intraprendere un nuovo percorso in grado di esaltare gli aspetti positivi dei nostri prodotti, per continuare ad essere competitivi in un mercato in cui il consumatore è sempre più esigente ed attento – sottolinea **Carmine Infante, corporate strategy and communication director di Candy Group** -. Cayenne è stata scelta per la sua capacità di analisi della situazione attuale e per la sua competenza nel proporre strategie creative innovative e piani di comunicazione integrata all'altezza delle nostre aspettative e dei nostri piani futuri».